

**OPTIMALISASI PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK UMKM
DESA CIANTRA****Aldiansyah Wida^{1*}, Aprilia Bagasari², Asri Yanah³, Calvin Desemly Suhandi⁴,
Army Cahya Putra Rustamaji⁵**^{1,2,3,4,5}Universitas Pelita Bangsa
aldiansyah56978@gmail.com**ABSTRAK**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Ciantra memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Namun banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di desa ini mengalami kendala dalam segi packaging dan desain produk mereka yang kurang menarik. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis kendala yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Ciantra terkait dengan packaging dan desain produk serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya tarik terhadap produk. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah wawancara langsung dengan pemilik usaha dan observasi dari produk yang ditawarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah di desa Ciantra adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya packaging dan desain yang menarik. Banyak usaha yang hanya fokus pada kualitas produk namun tidak memperhatikan tampilan luar yang mempengaruhi daya tarik konsumen. Pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di desa Ciantra yang memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Ciantra.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah; Packaging; Teknologi; Desain.

ABSTRACT

Micro, small, and medium enterprises in Ciantra Village have an important role in developing the local economy. However, many micro, small, and medium enterprises in this village experience problems in terms of the packaging and design of their products that are less attractive. This service activity aims to analyze the obstacles faced by micro, small, and medium enterprises in Ciantra Village related to product packaging and design and provide recommendations to increase product attractiveness. The method used in this service is direct interviews with business owners and observation of the products offered. The results showed that the main obstacle faced by micro, small, and medium enterprises in Ciantra village is a lack of understanding of the importance of attractive packaging and design. Many businesses only focus on product quality but do not pay attention to the external appearance that affects consumer attractiveness. This service makes a real contribution to the development of micro, small, and medium enterprises in Ciantra village, which has a positive impact on improving the welfare of the Ciantra village community.

Keywords: *Micro small and medium enterprises; packaging; technology; and design*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Kemunculan sektor UMKM membawa pengaruh positif pada perekonomian. Penanggulangan kemiskinan dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja seperti observasi yang sudah dilakukan di desa ciantra terdapat beberapa warga yang mulai merintis usaha mikro yang berada pada sektor makanan dan minuman contohnya jamu, kue akar kelapa, kembang goyang, kacang bawang, rempeyek kacang, jus buah yang sudah dirintis beberapa tahun dan memiliki konsumen tersendiri. Perlu diakui bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM sangat enak dan tidak kalah

dengan produk yang dihasilkan oleh pabrikan. Namun karena produk UMKM tersebut kemasannya sederhana sehingga penampilannya kurang menarik. Masalah ini yang menyebabkan produk UMKM mempunyai jangkauan yang terbatas, kurang bisa bersaing dengan produk dari produsen atau pengusaha besar.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa masalah yang dihadapi mitra mengenai desain dan packaging yang kurang menarik, digital marketing yang kurang luas, dan penguasaan teknologi yang masih minim. Beberapa solusi yang ditawarkan yaitu dengan memperbaiki desain kemasan produk menjadi lebih menarik melalui kegiatan pelatihan kepada beberapa pelaku UMKM di desa Ciantra. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis kendala yang dihadapi oleh UMKM di Desa Ciantra serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya tarik terhadap produk.

METODE

Pengabdian ini merupakan salah satu jenis pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada optimalisasi pengembangan dan pemasaran produk UMKM di Desa Ciantra. Pendekatan partisipatif dan kolaboratif digunakan untuk melakukan kegiatan bersama dengan pemilik UMKM dan komunitas lokal.

Pengabdian ini dilaksanakan di desa Ciantra dengan fokus pada UMKM yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman. Pengabdian dilakukan selama periode tertentu disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM di desa Ciantra. Proses pelaksanaan melibatkan tahap persiapan, implementasi dan evaluasi. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu wawancara dan observasi langsung dengan pemilik UMKM yang sudah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam rangka optimalisasi pengembangan dan pemasaran produk UMKM di Desa Ciantra telah menghasilkan berbagai dampak positif yang dapat diamati.

1. Hasil Inovasi Kemasan

Melalui program pengabdian tersebut, para pemilik UMKM di Desa Ciantra dilatih dan dibimbing bagaimana merancang kemasan yang menarik dan merancang produk yang lebih estetik. Bahkan dalam praktiknya, banyak UMKM yang semula hanya menggunakan kemasan sederhana dan desain produk minimalis kini mampu memperkenalkan produknya dengan tampilan yang lebih profesional dan menarik.

Tabel 1. Hasil Peningkatan Kualitas Packaging dan Desain Produk

No	Nama UMKM	Produk	Sebelum Inovasi	Setelah Berinovasi
1.	Dapur Siti Snack & Cookies	1. Kembang Goyang Mini Manis		
		2. Akar Kelapa		
2.	Dobeli by Enka	1. Kacang Bawang		
		2. Rempeyek		
3.	Fatim Food & Drink	1. Kunyit Asem Fatimah		

2. Pengenalan Produk UMKM pada Konsumen Baru di Wilayah Cifest Cikarang Selatan Selain meningkatkan tampilan produk, program pengabdian juga memberikan pemilik UMKM pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran. Mereka belajar bagaimana

mempromosikan produk mereka secara efektif melalui media sosial, situs web, dan pameran. Tujuan pengenalan produk adalah agar masyarakat tahu adanya produk baru, memprediksi sejauh mana target penjualan dicapai dan bisa diterima oleh konsumen. Dengan begitu, UMKM dapat mencapai lebih banyak konsumen dan memperluas pasar mereka, sehingga memberikan kontribusi signifikan dalam pertumbuhan bisnis mereka.





Gambar 1. Pemasaran Produk Baru di Pasar Cifest

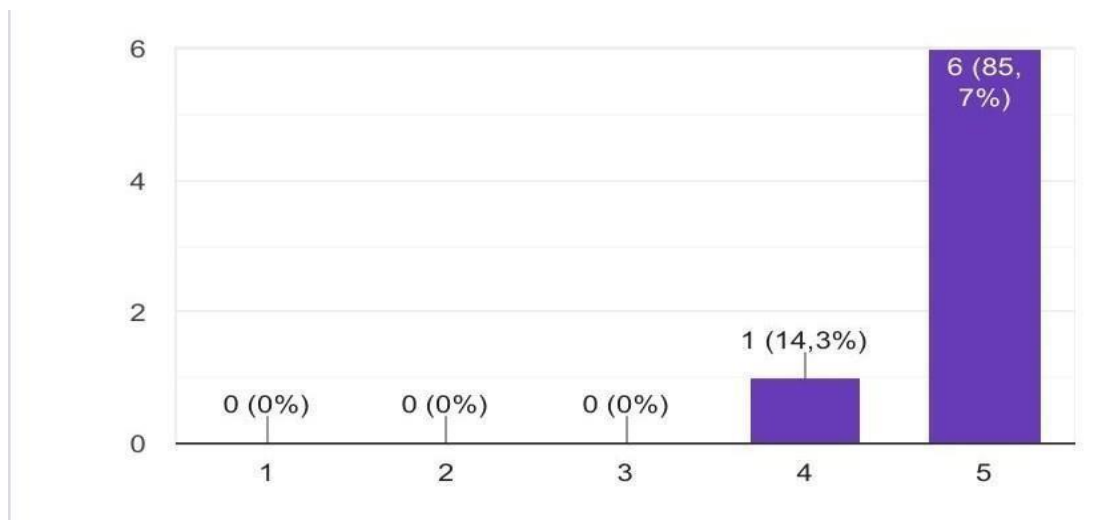
3. Pengembangan Platrofm Pemasaran

Tabel 2. Hasil peningkatan pemasaran secara digital

No	Nama UMKM	Alamat	Lampiran
1.	Dapur Siti Snack & Cookies	Jl Villa Mutiara 1, Blk. G11 No.21, Ciantra, Cikarang Sel., Kab. Bekasi, Jawa Barat 17532.	

<p>2.</p>	<p>Fatim food & Drink</p>	<p>Villa mutiara 1 Cikarang Blok G-12 no 16, Ciantra, Cikarang Selatan, Bekasi Jawa Barat. 17532</p>	 <p>Kunyit Asem Fatimah Tolak ada ulasan Toko Horbal : 20.8 menit Turkup - Buka Min pukul 08.00</p> <p>fatimjamu_ 8 Postingan 23 Pengikut 34 Mengikuti kunyit asem fatimah VMC blok G12/16 Flavor Variants: kunyit asem, kunyit asem sirih, kunyit tawar, gula jahe, gula asem contact us : 085810732767</p>
<p>3.</p>	<p>Dobeli by Enka Kitchen</p>	<p>Villa Mutiara Cikarang 1 Blok G 4 No 5, Ciantra, Cikarang Sel. Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17532</p>	 <p>Enka Kitchen Tolak ada ulasan Toko Makanan : 7 menit Turkup - Buka Min pukul 08.00</p> <p>ennkaenjy 1 Kirim 1 Pengikut 5 Mengikuti enkaNjoy Nk</p>

Hasil dari kegiatan pengabdian adalah terwujudnya desain kemasan baru dan akun sosial media bagi pelaku UMKM sebagai bentuk optimalisasi penggunaan digital marketing. Realita yang terjadi dilapangan adalah omset mengalami penurunan diawal pemasaran dengan menggunakan design baru dikarenakan harga yang mengalami sedikit kenaikan. Akan tetapi seiring berjalannya waktu konsumen menerima harga terbaru dengan design baru sehingga omset mengalami kenaikan kembali secara bertahap.



Gambar 2. Grafik kepuasan Masyarakat dari kegiatan pengabdian

Dari hasil grafik diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM Desa Ciantra merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. Dari hasil survei yang dilakukan terbukti dengan nilai rata-rata diatas 4, menunjukkan bahwa tim pengabdian berhasil mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Ciantra.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai Optimalisasi Pengembangan dan Pemasaran Produk UMKM Desa Ciantra dilaksanakan oleh tim pengabdian yang merupakan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa prodi Manajemen. Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam merangsang potensi ekonomi lokal dengan memberdayakan UMKM. Dengan meningkatkan daya saing dan akses pasar, pelaku UMKM dapat menjadi pengusaha yang lebih aktif dalam mengembangkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya optimalisasi ini tidak hanya memberi manfaat bagi UMKM perorangan, namun juga berkontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi dan identitas budaya desa Ciantra secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyorini, 2011. "The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying". *Journal of Administrative Science & Organization*, Vol : 18, No. 1
- Dewanti, R. P., Ningsih, H., Paryanto, E., & Yudhanto, S. H. (2021). Desain kemasan produk umkm makanan ringan sebagai peningkatan daya beli konsumen keripik singkong. *UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat untuk Negeri)*, 1(2), 50-56.
- Faridz, R. 2010. "Analisis Faktor-Faktor Perubahan Desain Kemasan Terhadap Nilai Jual Abon Ikan". *Jurnal Agrountek*, Vol.4, No.2

Indrajit, Richardus Eko. E-Commerce:Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya, Jakarta:PT. Elex
Media Komputindo, 2001